

ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI KSPPS BMT NU JATIM CABANG KADUR

*¹Imro Aatul Hasanah, ²Qaiyim Asy'ari, ³Nur jannah, ⁴Wasilatul aini

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan

Email: ¹ichalovers05@gmail.com, ²qaiyim90@gmail.com, ³nong99408@gmail.com,

⁴shilashill04@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengembangan produk Tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Nu Jatim Cabang Kadur. penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif, dengan pendekatan deskriptif yang mana disini dilakukan dengan melakukan wawancara langsung terhadap pimpinan kepala cabang dan beberapa pengelola BMT NU Cabang Kadur, kami juga melakukan survei langsung terhadap beberapa anggota mengenai kepuasan pelayanan terhadap produk Tabungan yang disediakan BMT Nu Jatim Cabang Kadur. Dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena pendekatan penelitian yang diarahkan untuk pencapaian tujuan memperoleh penjelasan secara mendalam atas penerapan sebuah teori. Sehingga dituntut untuk lebih banyak menggunakan berfikir induktif, dalam Upaya menarik minat anggota agar bisa menabung di BMT Nu Jatim Cabang Kadur yaitu dengan menggunakan istilah grebek pasar dan perdesaan lalu BMT NU melakukan pemasaran dan menyebarkan brosur dengan melakukan *DOOR TO DOOR* ke setiap rumah masyarakat agar memudahkan mereka Ketika ingin menabung dan menarik tabungannya, pemasaran yang dilakukan BMT NU Cabang Kadur melakukan pemasaran sesuai dengan perkembangan zaman di era serba digital membuat BMT NU berinovasi melakukan *Marketing digital*. BMT NU Cabang Kadur berupaya agar dapat memberikan pelayanan yang dapat memudahkan anggota dengan memberikan jasa jemput Tabungan ke setiap rumah anggota dengan menerapkan prinsip *4S (Senyum, Salam, Sapa, Santun)* dan menekuni prinsip pelayanan yaitu: mengabdikan tanpa batas melayani dengan Ikhlas.

Kata kunci: Pengembangan produk, Kualitas pelayanan, Minat menabung.

Abstract

This research aims to analyze the development of savings products and service quality on interest in saving at KSPPS BMT Nu Jatim Kadur Branch. This research uses a qualitative research method, with a descriptive approach which is carried out by conducting direct interviews with branch heads and several BMT NU Kadur Branch managers. We also conducted direct surveys with several members regarding service satisfaction with the savings products provided by BMT Nu Jatim Kadur Branch. In this case, the researcher uses a qualitative approach because the research approach is directed at achieving the goal of obtaining an in-depth explanation of the application of a theory. So that it is required to use more inductive thinking, in an effort to attract members to be able to save at BMT Nu Jatim Kadur Branch, namely by using the term grebek pasar and perdesaan then BMT NU carries out marketing and distributes brochures by doing DOOR TO DOOR to every community house to make it easier for them When they want to save and withdraw their savings, marketing carried out by BMT NU Kadur Branch carries out marketing in accordance with the development of

the era in the digital era, making BMT NU innovate in doing digital marketing. BMT NU Kadur Branch strives to provide services that can facilitate members by providing savings pick-up services to each member's home by implementing the 4S principle (Smile, Greet, Say Hello, Be Polite) and adhering to the service principle, namely: serving without limits, serving with sincerity

Keywords: *Product development, Service quality, Interest in saving*

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman dimana banyak lembaga keuangan syariah bersaing dalam memasarkan produk, jasa dan pelayanan terbaik demi terciptanya kepuasan anggota. semakin meningkat jumlah anggota, maka akan menjadi tantangan bagi lembaga keuangan syariah dalam upaya untuk mempertahankan anggota dan terciptanya citra merek di hati masyarakat (Ramin et al., 2023).

Menurut (Sudjana & Rizkison, 2020), Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan yang dimana dalam sistem operasionalnya konsep Baitul Tamwil dan Baitul Maal yang berdasarkan prinsip-prinsip dalam islam dan prinsip koperasi. Dimana BMT NU JATIM Cabang Kadur memiliki tujuan penting dalam upaya untuk mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat yang memerlukan akan adanya layanan jasa, pembiayaan maupun simpanan , melalui peningkatan kualitas demi memaksimalkan usaha ekonominya. Sehingga dalam sistem operasional terhindar dari adanya riba (Bunga) BMT NU tidak mengunakan sistem bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil (Asy'ari et al., 2024). BMT memiliki peran sebagai distributor yaitu dengan menghimpun dana dari masyarkat dan meminjamkannya kembali kepada usaha micro kecil menengah (UMKM) yang sedang kekurangan dana (Matnin et al., 2023).

Menurut kementerian koperasi UKM RI tahun 2009 pasal 1 menjelaskan bahwa koperasi syariah adalah suatu bentuk koperasi yang segala kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan dan simpanan sesuai dengan pola bagi hasil syariah dan investasi (Rahman & Ashari, 2020). Untuk menjadi anggota koperasi syariah diperlukan syarat yang tertentu, hal ini yang menjadi perbedaan antar lembaga keuangan syariah, di BMT tersendiri juga memiliki ketentuan yang khusus bagi para calon anggota baru dimana calon anggota baru harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh BMT NU JATIM Cabang Kadur, Diantaranya, fotocopy KTP, KK dan foto penabung, hal ini dilakukan agar terhindar dari penipuan jika ingin melakukan penarikan dana, setiap buku tabungan anggota harus dilengkapi dengan signatur agar tetap teraga dari kesalahan, Calon anggota baru harus membayar Rp.150.000 jika ingin mendaftar menjadi anggota BMT NU JATIM Cabang Kadur, Rp.10.000 merupakan uang adrimistrasi sekaligus bisa mendapatkan dua buku tabungan, Agar anggota baru bisa memastikan dan percaya atas pelayanan BMT NU JATIM Cabang Kadur.

Setiap manusia akan lebih tertarik untuk menabung dibank syariah dari pada bank konvensional dikarenakan sistem operasionalnya dirasa lebih menguntungkan, dikarenakan terlepas dari Bunga dan dianggap lebih simple. Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor

seperti halnya lingkungan keluarga, tingkat gaya hidup seseorang dan hal-hal yang berhubungan langsung dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini menjelaskan bahwa minat seseorang berhubungan langsung dengan keputusan yang diambilnya sesuai dengan pertimbangan yang dilakukan orang tersebut (Putri,2019).

Salah satu strategi peningkatan keunggulan kompetitif yang bisa diterapkan oleh intitusi keuangan mikro syariah adalah dengan menggunakan strategi pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan suatu hal penting bagi setiap perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa untuk keberlanjutan perusahaan dan mengikuti perkembangan zaman yang semakin pesat para pesaing (Kunaifi et al., 2023). Untuk itu, alur ini penting bagi perusahaan untuk memiliki produk yang tidak sama dengan pesaingnya dan mempunyai produk dan jasa yang berbeda yang dapat membuat seseorang merasa tertarik untuk menggunakan produk tersebut. BMT NU memiliki keunikan khusus yang menjadi poin penting dalam menarik minat masyarakat, degan memberikan Service exellent terhadap masyarakat mampu memberikan kepercayaan penuh untuk melakukan pembiayaan atau simpanan di BMT NU dan melakukan pemasaran langsung pada setiap rumah (Fatun et al., 2023).

Layanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Anggota tentunya memiliki harapan akan layanan yang baik. Layanan yang baik adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan sebagai citra tersendiri bagi kemajuan BMT dengan memperlihatkan kinerja yang betul-betul memuaskan terhadap anggota (Dwiaryanti et al., 2023). Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menentukan minat anggota untuk menggunakan jasa, yang dalam hal ini adalah menabung. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang pengembangan produk Tabungan dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat menabung masyarakat di BMT NU JATIM Cabang Kadur.

Pentingnya penelitian ini terletak pada pemahaman yang mendalam tentang minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah, disamping itu, dengan memahami factor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung dilembaga keuangan mikro syariah perlu adanya analisis pengembangan produk Tabungan dan kualitas pelayanan demi meningkatkan pemahaman masyarakat akan produk Tabungan, dimana BMT NU JATIM Cabang Kadur memberikan pelayanan penuh terhadap anggota agar mendapatkan kepuasan anggota BMT NU JATIM Cabang Kadur. Selain itu, pengembangan produk dan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan anggota merupakan salah satu strategi yang efektif dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pertumbuhan bisnis KSPPS BMT NU JATIM Cabang Kadur. Dengan pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan kebutuhan anggota, KSPPS dapat mengembangkan produk-produk baru atau fitur tambahan yang dapat meningkatkan nilai tambah dan kepuasan anggota (Rosyid et al., 2023).

Melalui analisis ini, KSPPS BMT NU JATIM Cabang Kadur dapat mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan anggota, serta merumuskan strategi yang lebih efektif dalam menyediakan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan anggota. (Ramin, 2023).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Krik dan Milir penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang memuat mengenai gambaran umum terkait kehidupan masyarakat, tingkah laku masyarakat, dan aktifitas sosial (Fauji et al., 2021). Dimana lebih menonjolkan proses dan makna dalam suatu penelitian (Agustinova, 2015) jenis riset yang dilakukan adalah riset diskriptif yang mana menjelaskan mengenai data yang berkaitan dengan fenomena dan fakta-fakta yang terjadi dilapang selama penelitian ini berlangsung (Agam, 2015). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada riset ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel sumber data atau informasi yang digunakan dalam riset ini adalah pimpinan kantor cabang, marketing, dan para anggota menabung di BMT NU Cabang Kadur, sumber data yang digunakan dalam riset ini

1. Data primer yang diperoleh dari hasil wawancara.
2. Data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa pengelola dan anggota menabung untuk mendapatkan informasi terkait minat menabung di BMT NU JATIM Cabang Kadur.
3. Data sekunder yang diperoleh dari jurnal-jurnal dan dokumen milik BMT NU Cabang Kadur.

Penelitian ini dilakukan secara intensif selama Praktikum Lembaga Keuangan dan Bisnis Islam (PLKBI) yang terhitung mulai tanggal 2 s/d 31 Januari 2025. Kehadiran penulis dalam penelitian ini juga sebagai responden yang ikut terlibat dalam penarikan tabungan ke beberapa pasar dan pelaku UMKM yang berada di area kecamatan kadur. Hal ini dilakukan pada saat jam kerja yaitu senin sampai sabtu dengan jam kerja pukul 07.30-16.00 WIB selama 4 pekan. Untuk mengumpulkan data agar lebih akurat kami juga melakukan survei langsung terhadap 30 anggota BMT NU Cabang Kadur tentang kepuasan anggota terhadap pelayanan BMT NU.

Hasil Dan Pembahasan

1. Sejarah berdirinya KSPP Syariah BMT NU cabang kadur kabupaten Pamekasan

Keberadaan BMT NU di latar belakang oleh rasa keprihatinan atas keadaan masyarakat kelas menengah kebawah yang di identik dengan perekonomian yang pas-pasan dan kerap kali untuk makan sehari-hari saja masih kekurangan. Dari keadaan itulah, masyarakat kelas menengah kebawah sulit meningkatkan taraf hidupnya sekalipun kerja keras dan etos kerjanya sudah lebih baik. Selain keadaan masyarakat yang serba kekurangan ini, dulu juga terdapat pinjaman yang di sediakan oleh rentenir dengan bunga 50% perbulan. Kenyataan ini membukakan hati dan pikiran seorang Masyudi, selaku ketua lembaga perekonomian NU kala itu untuk mengemukakan

gagasannya supaya mendirikan Baitul Maal wat Tamwil (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya dan tentunya bebas bunga (riba).

Dari peresmian tersebut menjadikan BMT NU kuat dan lebih semangat lagi meratakan kesejahteraan bagi masyarakat yang memiliki latar belakang perekonomian yang kurang baik. Sampai pada akhirnya, dari kegigihan dan pengabdian yang penuh dari pengurus BMT NU kala itu membuahkan hasil yang sangat memuaskan dan menjadikan BMT NU memiliki kantor cabang yang di sebarakan ke seluruh daerah, termasuk kantor cabang BMT NU yang ada di Kecamatan Kadur ini. Berdiri pada tanggal 14 Maret 2017, beranggotakan 7 pengelola dan bertempat di desa Kadur, di Kecamatan Kadur sebelah barat jalan. Pemilihan tempat untuk Kantor Cabang di Kecamatan Kadur ini sudah melalui beberapa tahap dari kepengurusan pusat. Berdekatan langsung dengan pasar Kadur yang menjadikan BMT NU leluasa dalam mencari anggota dan memasarkan produk yang tersedia di dalamnya. Dengan semakin tingginya kepercayaan masyarakat dan semakin banyaknya masyarakat yang bergabung menjadi anggota di BMT NU Cabang Kadur di harapkan misi yang sudah di tetapkan oleh BMT NU bisa berjalan sebagaimana mestinya. Dengan seperti itu, peluang BMT NU untuk mengelola dan menyalurkan dana kepada masyarakat bisa semakin mudah dan mampu menjadi pendorong bangkitnya perekonomian masyarakat di tingkat mikro dengan pelayanan yang berbasis Syari'ah di BMT NU Cabang Kadur.

2. Produk-Produk yang ditawarkan

a. Simpanan

- 1) Simpanan Anggota (SIAGA)
- 2) Simpanan Sidiq Fathonah (SIDIK)
- 3) Simpanan Berjangka wadhiah berhadiah (SAJADAH)
- 4) Simpanan Haji dan umroh (SAHARA)
- 5) Simpanah lebaran (SABAR)
- 6) Simpanah berjangka mudharobah (SIBERKAH)

b. Tabungan

- 1) Tabungan Mudharobah (TABAH)
- 2) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)
- 3) Tabungan Masa Wisata (TAMASA)

c. Pembiayaan

- 1) Pembiayaan mudharabah
- 2) Pembiayaan musyarkah
- 3) Pembiayaan rahn

- 4) Pembiayaan qordul hasan
- 5) LASISMA (Layanan berbasis jama'ah)
- 6) Pembiayaan khusus ramadhan anggota (KURMA)

3. Motto

Pelayanan dan kinerja Anda menentukan hidup dan matinya BMT NU

4. Visi Dan Misi

a. Visi

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah dan profesional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

b. Misi :

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama.
- 2) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran infaq, shadaqah dan wakaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta manajemen yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah

5. Pengaruh pengembangan produk Tabungan terhadap minat menabung

Kegiatan operasional pada BMT Nu Jatim Cabang Kadur pada umumnya, seperti menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, pembiayaan serta melakukan yang diharapkan oleh masyarakat dalam bentuk pembiayaan tanpa riba yang berbasis bagi hasil dalam Upaya memajukan perekonomian masyarakat dan pembiayaan usaha mikro dengan berbagai macam produk yang ditawarkan dalam upaya melakukan pengembangan produk untuk menarik minat menabung, setiap lembaga keuangan syariah selalu melakukan pengembangan produk dalam upaya mempertahankan keberlanjutan keberlangsungan lembaga keuangan syariah.

Pengembangan produk ini dapat digunakan sebagai salah satu upaya dalam menghadapi perubahan selera dan persaingan yang semakin meningkat. Hasil dari pengembangan produk inilah yang nantinya akan menentukan daya saing lembaga keuangan. Karena adanya pengembangan produk ini diharapkan akan menciptakan produk unggulan yang tentunya memiliki karakteristik yang berbeda dari pesaingnya sehingga diminati oleh calon anggota BMT Nu Jatim Cabang Kadur tersebut. Karakteristik produk sendiri merupakan kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan para pesaingnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke dalam pasar yang bertujuan untuk dapat beli, digunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. (Pratiwi, 2019)

Ketetapan melakukan kegiatan pengembangan produk merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Hal ini disebabkan perusahaan tidak bisa bergantung kepada produk yang sudah tersedia dengan waktu yang berkepanjangan, sehingga perusahaan perlu melakukan upaya pengembangan produk serta melengkapi produk perusahaan. *Strategi marketing funding, marketing lending dan Personal Selling* merupakan strategi yang digunakan di BMT Nu Jatim Cabang Kadur dalam memasarkan produk tabungan untuk menarik minat menabung di BMT NU dan dengan adanya *Marketing Lending* upaya penghimpunan dana bukan hanya sekedar menabung saja akan tetapi menyalurkan dana bagi setiap masyarakat yang memerlukan bantuan serta melakukan bagi hasil yang telah ditetapkan oleh pihak BMT NU, hal ini yang menjadi pemicu bagi para anggota untuk menabung di BMT Nu Jatim Cabang Kadur.

Funding adalah kegiatan menghimpun dana dari nasabah atau calon nasabah yang berbentuk simpanan atau penyertaan modal guna penguatan modal kedalam. Jadi marketing funding adalah kegiatan kerja dimana yang banyak dilakukan oleh perusahaan (bank) untuk memasarkan produknya guna mendapatkan keuntungan dari nasabah maupun calon nasabah untuk memperkuat modal bank itu sendiri. Marketing funding merupakan bagian dari salah satu pekerjaan perbankan syariah yang memiliki tugas dan fungsi memperkenalkan, mempromosikan, meluaskan jaringan, untuk memasarkan produk dana (Ismawati, 2019).

Lending adalah sebuah fungsi pekerjaan di dalam dunia perbankan yang secara garis besar bertugas untuk menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun oleh marketing funding kepada masyarakat, lembaga atau instansi, ataupun pihak swasta dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan (Hasanah, 2021).

Selama kurang lebih satu bulan kami melakukan Praktikum pengalaman lapangan (PPL) di KSPPS BMT Nu Jatim Cabang Kadur kami selalu melakukan pemasaran langsung ke rumah-rumah masyarakat bukan hanya di perkotaan tapi juga di perdesaan, untuk mengembangkan

produk BMT Nu Jatim Cabang Kadur, hal ini dikarenakan agar semua masyarakat mengetahui adanya BMT Nu Jatim Cabang Kadur yang memiliki tujuan membantu dan melayani masyarakat yang membutuhkan pelayanan baik Simpanan dan Pembiayaan.

Setiap Perusahaan pasti memiliki strategi tersendiri dalam mengembangkan produk begitu juga dengan BMT Nu Jatim Cabang Kadur mestinya juga memiliki system pemasaran tersendiri dalam Upaya menarik minat anggota agar bisa menabung di BMT Nu Jatim Cabang Kadur yaitu dengan menggunakan istilah grebek pasar dan perdesaan lalu BMT NU melakukan pemasaran dan menyebarkan brosur dengan melakukan *DOOR TO DOOR* ke setiap rumah masyarakat serta menerapkan system pemasaran, dengan adanya jasa antar jemput bola sangat mempengaruhi terhadap minat menabung masyarakat, dengan adanya komunikasi yang baik antara anggota dan pengelola maka akan terciptanya loyalitas anggot. *door to door marketing* adalah strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara mendatangi rumah atau kantor untuk memasarkan produk atau layanan Dimana hal ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Kadur dalam Upaya memperkenalkan ekspedisi kemasyarakat, dengan adanya intraksi secara personal dengan calon anggota.

Jika anggota BMT NU merasa puas atau sangat terbantu terhadap transaksi perekonomian maka ia juga akan merekomendasikan terhadap orang terdekat, BMT Nu Jatim Cabang kadur secara tidak langsung menerapkan *word of mouth marketing* dalam strategi pemasaran.

Word of mouth marketing adalah tindakan sederhana dalam upaya pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut yang mana keadaan saat minat konsumen pada suatu produk tercermin dalam dialog sehari hari, ketika anggota merasa puas terhadap produk BMT Nu Jatim Cabang Kadur, Maka ia akan melakukan rekomendasi produk terhadap orang lain, dari hasil survei yang kami lakukan, bahwa banyak masyarakat minat menabung dan menjadi anggota BMT NU Cabang Kadur dengan adanya kepercayaan dan ketertarikan dikarenakan adanya komunikasi yang baik dengan anggota BMT NU Cabang Kadur.

Di era yang serba digital pemasaran menggunakan media sosial merupakan metode baru yang berperan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga dapat membangun, meningkatkan dan mempertahankan citra Perusahaan. Strategi dalam bisnis, mengatur segala aspek mulai dari keuangan, sumber daya sampai pada layanan konsumen. Hampir semua kehidupan tidak akan terlepas dari teknologi sehingga digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan di BMT Nu Jatim Cabang Kadur. Seperti melakukan promosi melalui media online, pembuatan status WA dan vide promosi, yang mana didunia nyata intraksi manusia dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga digital marketing menjadi Solusi terhambatnya pemasaran secara menyeluruh.

Strategi adalah langkah yang telah disusun oleh suatu perusahaan untuk melihat perubahan di dalam lingkungan luar. Sedangkan pengembangan merupakan metode pengembangan sesuatu yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan untuk mengembangkan suatu produk dan jasa yang ada pada di perusahaan tersebut. Dengan adanya pengembangan produk tersebut dapat diketahui secara signifikan, dari jumlah anggota tahun 2023 yang mencapai 2.938 anggota yang aktif menabung di hingga saat ini mencapai 3.459 anggota hal ini disebabkan pihak pengelola BMT NU selalu mengembangkan produk dengan melakukan penyesuaian dengan permintaan dan kebutuhan anggota di BMT Nu Jatim Cabanag Kadur.

6. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap minat menabung

Menurut Rambat Lupyoadi kualitas pelayanan diukur dari seberapa jauh antara harapan pelanggan dengan layanan nyata yang mereka peroleh, semakin dekat kenyataan layanan dengan harapan pelanggan maka layanan tersebut semakin berkualitas. Dalam konteks Lembaga keuangan syariah, kualitas pelayanan yang baik juga mencerminkan prinsip-prinsip syariah yang dijunjung tinggi. KSPPS BMT NU cabang kadur berhasil menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti transparansi, keadilan, dan kejujuran. Setiap lembaga keuangan syariah, kualitas pelayanan yang baik yang sesuai dengan prinsip syariah, dapat menarik minat menabung. BMT Nu Jatim Cabang Kadur berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan anggota atau calon anggota, dengan menerapkan nilai-nilai Islami agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal, Kepala Cabang menegaskan bagi setiap pengelola BMT Nu Jatim Cabang Kadur untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah seperti *Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fhatonah*.

KSPPS BMT NU Cabang Kadur berhasil menunjukkan komitmen yang baik dengan anggota dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, juga memenuhi kebutuhan masyarakat yang sekiranya dapat memberi peluang bagi anggota. Pengelola BMT NU langsung memberikan respon terhadap anggota yang memberikan usulan atau *complin* pada pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola. Yang mana hal ini sudah terbukti dari hasil survei yang kami lakukan 90% anggota langsung mendapatkan respon yang baik dari pengelola BMT Nu Jatim cabang kadur. BMT Nu Jatim mempunyai prinsip kerja JUJUR, GIAT, IKHLAS. Hal ini sesuai dengan mutu BMT NU, memberikan pelayanan dan kinerja anda menentukan hidup dan matinya BMT NU. kepercayaan dan kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan akan berdampak positif terhadap keputusan mereka untuk menabung di BMT Nu Jatim Cabang Kadur.

Pengelola Memberikan paparan tentang keunggulan produk Tabungan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menerapkan strategi *service excelent*. seperti

adanya antar jemput Tabungan, dan pembiayaan bisa dilakukan di lapangan atau di kantor. Hal ini dilakukan agar anggota merasa puas dalam pelayanan di BMT Nu Jatim cabang kadur.

Dalam konteks lembaga keuangan syariah, kualitas pelayanan yang baik juga mencerminkan prinsip-prinsip syariah yang dijunjung tinggi. KSPPS BMT NU Cabang Camplong berhasil menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti transparansi, keadilan, dan integritas. Hal ini menciptakan kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap lembaga tersebut, yang pada akhirnya berdampak positif pada keputusan mereka untuk menabung menggunakan produk Tabungan Mudharabah. Nasabah akan merasa bahwa dana mereka dikelola dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang merupakan nilai tambah bagi mereka dalam memilih lembaga keuangan syariah untuk menabung.

Pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah juga memiliki implikasi strategis bagi BMT NU Cabang Kadur. Dalam upaya mempertahankan keunggulan kompetitif, lembaga keuangan syariah harus terus meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan. Dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dari pesaing mereka, mereka dapat menarik lebih banyak nasabah untuk menabung di lembaga mereka. Selain itu, anggota yang puas dengan pelayanan mereka akan cenderung menciptakan ke Loyaltisan anggota dan mungkin juga merekomendasikan lembaga tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, investasi dalam peningkatan kualitas pelayanan akan membantu memperkuat posisi BMT NU Cabang Kadur di pasar dan mendorong pertumbuhan bisnis mereka dalam jangka Panjang.

Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target BMT NU melakukan pendekatan jemput bola. Pendekatan ini dilakukan dengan cara pengelola langsung mendatangi calon nasabah dan pengelola leluasa menjelaskan konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional KSPPS BMT NU. lebih tepat dalam membidik target yaitu orang yang sekiranya membutuhkan barang/jasa yang ditawarkan sehingga kemungkinan terjual lebih besar. Pihak pengelola dapat mengeksplere kemampuan yang dapat mempengaruhi calon anggota untuk menabung di BMT Nu Jatim Cabang Kadur. Mampu menggugah minat calon anggota yang awalnya tidak membutuhkan produk yang ditawarkan kemudian tertarik untuk menabung. Dengan di jemputnya Tabungan di anggap menguntungkan bagi anggota karena menghemat waktu dan tidak perlu repot untuk pergi ke kantor BMT NU, hal ini yang menjadi pemicu bagi para anggota untuk menabung dan dapat bertanya langsung secara detail pada para pengelola yang bertugas menjemput Tabungan tentang masalah yang tidak difahami.

Dari perspektif syariah, jemput bola dapat pula dipahami sebagai upaya KSPPS mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Arti jemput bola

adalah mendatangi atau mencari calon anggota. Jadi, tabungan jemput bola adalah sesuatu yang disimpan atau dititipkan berupa uang di dalam lembaga keuangan yang dilakukan dengan mendatangi atau mencari nasabah melalui cara *door to door* atau dengan karyawan menjemput langsung dana atau uang yang akan disimpan oleh nasabah.

Setiap lembaga keuangan memerlukan kualitas pelayanan yang unggul, yaitu suatu sikap/cara pengelola dalam melayani anggota agar merasa puas, hal ini secara tidak langsung mempengaruhi keputusan anggota untuk menabung, karena jika kualitas pelayanan baik maka nasabah akan tertarik untuk memutuskan menabung pada suatu lembaga keuangan, maupun sebaliknya jika kualitas pelayanan kurang sesuai dengan apa yang diharapkan maka nasabah maupun calon nasabah tidak akan memiliki ketertarikan untuk memilih produk tersebut. BMT NU Cabang Kadur mengutamakan terhadap *service excellent* yang diberikan kepada anggota, seperti mulai dari mendengarkan apa saja yang dibutuhkan oleh mereka, memberikan penjelasan kepada mereka disaat mereka kebingungan dan langsung merespon jika ada complain, mengucapkan salam, berjabat tangan, berpenampilan baik, sopan dan ramah pada setiap anggota. Ketika bertemu baik di lapangan atau di kantor, dan langsung mendatangi para anggota (jemput bola) ketika mereka ingin menabung atau ingin melakukan penarikan, menjemput tabungan sesuai dengan waktu sehari-hari agar tidak mengganggu waktu istirahat. Hal itu sangat memudahkan mereka tanpa harus datang langsung ke kantor.

dari hasil survei yang kami lakukan terdapat 67 % anggota yang merasa sangat puas akan pelayanan BMT Nu Jatim Cabang Kadur dan 33% merasa puas. Hal ini sesuai dengan wawancara kami kepada bapak Mas Duki salah satu anggota mengenai alasan minat menabung dan memberikan respon sangat puas akan layanan BMT NU “saya minat menabung di BMT karna di jemput kesini tanpa harus ke kantor, karna saya lebih banyak ada di luar, juga pelayanannya baik menjelaskan secara rinci kepada saya tentang produk Tabungan, sopan dan ramah. Dan bisa melakukan pencairan tanpa harus ke kantor, hal inikan sangat mudah bagi anggota yang mempunyai halangan ke BMT.”

Maka berdasarkan hasil wawancara diatas, Dalam melayani anggota harus menggunakan etika yang baik, seperti yang sudah dikatakan oleh kepala cabang BMT NU Cabang Kadur bahwasanya BMT NU Cabang Kadur menerapkan salam, sapa, senyum dan santun (S4). Sehingga kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan anggota serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan anggota. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan anggota sesuai atau bahkan melebihi harapan anggota, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Oleh karena itu, Dalam mempertahankan anggota Lembaga keuangan harus membangun dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, Seperti

yang sudah diterapkan oleh BMT NU Cabang Kadur yang menggunakan layanan khusus seperti layanan jemput bola (antar jemput tabungan), Dengan menerapkan model pelayanan jemput bola hubungan kita dengan anggota akan semakin dekat dan sering berinteraksi dengan baik.

Simpulan

Lembaga BMT Nu Jatim Cabang Kadur ini sebagai salah satu lembaga keuangan yang berorientasi pada bisnis syari'ah. Dalam memasarkannya, perlu adanya strategi pemasaran yang sistimatis dan efektif mencapai tujuan perusahaan atau Lembaga keuangan syari'ah, karena setiap lembaga pasti memiliki strategi yang berbeda-beda dalam memasarkan produknya. Dalam menjalankan operasionalnya, kerja sama setiap pengelola merupakan kunci dari keberhasilan BMT. Adapun jumlah Anggota pada produk tabungan BMT Nu Jatim Cabang Kadur 2.958 pada tahun 2023 menjadi 3,459 pada tahun 2024, hal ini sesuai dengan hasil survei kami, adanya pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU berpengaruh terhadap minat menabung di BMT Nu Jatim Cabang Kadur. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengembangan produk Tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di KSPPS BMT Nu Jatim Cabang Kadur, dapat disimpulkan bahwa *Strategi door to door* atau pemasaran kesetiap rumah masyarakat dapat memudahkan mereka ketika ingin menabung dan menarik tabungannya, dan juga di era serba digital pemasaran menggunakan media online dapat mempermudah BMT NU dalam memasarkan produk sehingga akan terciptanya *word of mouth marketing*. Hal ini disebabkan perusahaan tidak bisa bergantung kepada produk yang sudah tersedia dengan waktu yang berkepanjangan, sehingga perusahaan perlu melakukan upaya pengembangan produk serta melengkapi produk perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Kadur lebih dominan pada metode layanan jemput bola (antar jemput Tabungan) yang mana dengan menggunakan metode tersebut dapat memudahkan masyarakat ketika menabung dan ingin menarik tabungannya. Pelayanan yang diberikan oleh pengelola BMT NU Cabang Kadur dilandasi dengan prinsip 4S (senyum, salam, sapa, santun) dengan konsep filosofis yaitu: Mengabdikan tanpa batas melayani dengan ikhlas, yang dikuatkan dengan nilai filosofinya yakni memang benar-benar diniatkan untuk mengabdikan pada masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, yang berarti bahwa jika kualitas layanan meningkat dan anggota merasa puas, maka akan menarik minat masyarakat untuk menabung di BMT Nu Jatim Cabang Kadur.

Daftar Pustaka

- Asy'ari, Q., A. Fawaid, T., & Bardi, S. (2024). UGT NUSANTARA BASMI PRAKTEK RENTENIR. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 359–368. <https://doi.org/10.32806/pps.v2i1.293>
- Dwiaryanti, R., Rahman, F., Rifqiyadi, A., & Sholeh, B. (2023). PERAN BMT UGT NUSANTARA CAPEM PROPO DALAM MEMBANGUN KESEJAHTERAAN PEDAGAN KECIL DI

PASAR PANAGUAN DESA PANAGUAN KECAMATAN PROPO, PAMEKASAN. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(2), 231–237. <https://doi.org/10.32806/ppps.v1i2.279>

Dwiaryanti,R, dkk (2024), Tinjauan Minat Masyarakat Terhadap Tabungan Mudharabah (Tabah) Di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Proppo: Analisis Dan Implikasinya, <http://ejournal.alkhairat.ac.id/index.php/investi//,Vol> 02. No.1 1-10, E-ISSN: 2986-433X.

Fatun, Habibah, U., & Zubaidah, S. (2023). ANALISIS EFEKTIVITAS DAN PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING DALAM MENINGKATKAN MINAT DAN KEPUASAN NASABAH BSI KC PAMEKASAN. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(2), 160–165. <https://doi.org/10.32806/ppps.v1i2.269>

Karimah,D,K,Fadhli.K,(2024). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT NU Cabang Jombang, *Jurnal Education and development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, Vol.12 No.2 Edisi Mei 2024, pp.146-151, E.ISSN.2614-6061, P.ISSN.2527-4295.

Kunaifi, A., Sofi Asis, Moh., Sotif, Abd., & Faiqil Kholqi, A. (2023). IMPLEMENTASI AKAD MURABAHAH DALAM PEMBIAYAAN USAHA MIKRO DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU SIDOARJO GATEWAY. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 27–38. <https://doi.org/10.32806/ppps.v1i1.255>

Matnin, Dkk. (2023) . Model Pelayanan Tabungan Anggota KSPPS BMT NU Cabang Larangan.*investi,0* 4,1-11. Retrieved from <http://ejournal.alkhairat.ac.id/index.php/investi//Volume 04,Nomor 01 Juli 2023>.

Rosyid,A,dkk(2023).Implementasi Sistem Jemput Bola Pada Produk Tabungan Mudharabah Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kota Sumenep, <https://ejournal.alkhairat.ac.id/index.php/PROSPEKS>, Vol.1, No. 1, Mei 2023,1-8, E-ISSN: 2986-433X

Ramin,M,dkk,(2024). Strategi Marketing Produk Simpanan Tabungan Mudlarabah (Tabah) Di KSPPS BMT NU cabang Sampang, <https://journal.al-khairat.ac.id/index.php/prospek> ,Vol. 2, No. 1, Januari 20241-11, E-ISSN: 2986-433X.

Ramin, Moh., Waqiah, W., & Kiptiyah, K. (2023). IMPLEMENTASI AKAD WADIAH PADA PRODUK TABUNGAN EASY WADIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP SAMPANG. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(2), 246–257. <https://doi.org/10.32806/ppps.v1i2.281>

Rosyid, Abd., Anwar, M., Firdaus, A., Fauzi, A., & Rasul, M. (2023). PROSES PENGULAHAN IKAN TERI NASI DI PT. MARINAL INDOPRIMA SUMENEP. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(2), 175–181. <https://doi.org/10.32806/ppps.v1i2.271>

Wulandari,F,(2023). Strategi Pengembangan Produk Bmt Hira Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Zulianto,A, Mufidah,E,Nuraini,R. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung DI BMT NU Ngasem Cabang Sroyo.*jurnal ekonomi dan bisnis islam*,